

есть данный вид рекламы актуален лишь для небольших турагенств, но никак не для туроператора.

Проведение конкурсов и акций – достаточно эффективный способ для продвижения. Это как привлекает новых подписчиков, так и помогает оживить уже состоящую в сообществе аудиторию. Как правило, важным условием является быть подписчиком сообщества, либо человек, который хочет поучаствовать в акции, должен подписаться на страницу. Бывают такие конкурсы, когда пользователь должен быть подписчиком и сделать репост определенной записи. Обычно эта запись имеет информацию об акции, конкурсе, то есть служит для привлечения внимания. Также существуют конкурсы, где нужно быть подписчиком и что-то сделать, чтобы победить. Например, туроператор может создать конкурс, где подписчики должны выкладывать тематические фото с отдыха или записать видео.

Таким образом, главной задачей туристического оператора является разработка грамотного контент-плана с целью в дальнейшем задействовать такой способ продвижения, который максимально позитивно отражался бы на бренде компании. Если неправильно продвигать сообщество и публиковать неинтересную информацию, то у потенциального клиента может возникнуть отрицательное отношение к бренду.

Литература

1. Деловая социальная сеть «Деловой мир» [Электронный ресурс]: URL: <http://delovoymir.biz> (дата обращения 01.11.2015)
2. Интернет-агентство Let's Rock [Электронный ресурс]: URL: <http://letsrock.pro> (дата обращения 01.11.2015)

А. А. Задорина

АРТ-КЛАСТЕР: ВОЗМОЖНОСТИ СТОЛИЧНЫХ ТРЕНДОВ В УСЛОВИЯХ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ГОРОДА

В данной работе рассматривается проблема определения точного понятия «арт-кластер». Выявлены тренды, характерные для арт-кластеров, в таких городах, как Москва и Санкт-Петербург, для последующего рассмотрения их в условиях индустриального города. Обоснованы причины образования данного пространства на территориях бывших промышленных зон (на примере арт-кластеров: «Винзавод», «Флакон», «Красный октябрь», «Тайга», «Этажи», «Ткачи»), а также на территории историко-архитектурных памятников. Рассмотрена Уральская индустриальная биеннале как пример для реализации арт-кластера на территории Екатеринбурга. Выявлены бывшие промышленные производства и историко-архитектурные

памятники, которые можно подразумевать как площадки для образования арт-кластера.

Ключевые слова: арт-кластер, туризм, культура, промышленные площадки, тенденции, биеннале, реновация.

A. Zadorina

ART CLUSTER: METROPOLITAN TRENDS OPPORTUNITIES IN THE CONDITIONS OF INDUSTRIAL CITY

In this scientific activity we consider the problem of determining precise concepts of the art cluster. Identified trends typical of the art clusters in cities such as Moscow and St. Petersburg for further consideration in the context of an industrial city. Justified reasons for the formation of this environment on the territory industrial zones (on the example of the art clusters: «Winzavod», «Flacon», «Red October», «Taiga», «Etagi», «Tkachi»), as well as on the territory of historical-architectural monuments. Considered Ural industrial Biennale as an example for the implementation of the art cluster on the territory of Yekaterinburg. Identified former industrial and historical-architectural monuments, which can imply as a platform for education art cluster.

Keywords: cluster, tourism, culture, industrial sites, trends, biennials, renovation.

Культура является таким же двигателем прогресса, как и наука. Она образовывает, регулирует поведение, несет в себе ценности и отображает определенный образ общества. Искусство же в свою очередь является формой культуры, отражающей действительность и духовную жизнь людей в художественных образах [3]. Для туристской деятельности культура также важна, она является частью культурного туризма. Культурный туризм – вид туризма, где культура является базисом для формирования туристического продукта. Он несет в себе факторы, оказывающие позитивное влияние на экономику дестинации, поддерживает ее имидж, обеспечивает сохранение культурного наследия и развития самой культуры [2]. Его можно подразделить на несколько видов, среди которых следует выделить арт-туризм. Он специализируется на высокой и популярной культуре, реализует интересы к современным процессам в сфере художественного творчества. Здесь турист заинтересован в художественных галереях и выставках, театрах и драматических, музыкальных представлениях, культурно-креативных кварталах, фестивалях искусств, музеях и событиях в сфере современного дизайна и моды, литературных местах, местах съемок фильмов и др. Культурный туризм создает отличительные характеристики определенной дестинации. Он формирует определенный образ у потребителя касательно культурно-исторического наследия, современного искусства, повседневного стиля жизни и т. д.

Для развития культурного туризма создаются выставки, ярмарки, фестивали, биеннале. Примером востребованности таких мероприятий может

послужить Уральская индустриальная биеннале современного искусства. Она является международным художественно-индустриальным проектом, который первой же своей выставкой заинтересовал 60 тысяч человек. Биеннале располагается на таких площадках, как гостиница «Исеть», здание бывшей типографии «Уральский рабочий». Такая выставка привлекает не только за счет находящихся на ней экспозиций, но и из-за своего необычного расположения. Статистика, приведенная службой анализа арт-рынка «Skate's Art Market Research» показывает, что посетители предпочитают биеннале современного искусства или крупные выставки. Но стоит отметить, что все эти события временны, и во время отсутствия мероприятий поток культурных туристов уменьшается. Следовательно, стоит создать определенный объект, который способен удовлетворить потребности культурного туриста в любое время. Он может включать в себя выставочное пространство, торговую зону, фуд-корт и т.д. Такие пространства уже давно существуют на территории таких городов как Москва и Санкт-Петербург и называются арт-кластеры.

Изначально стоит определиться с самим понятием «кластер». Оно было введено Майклом Портером в его работе «Международная конкуренция». Он описал его как группу взаимосвязанных отраслей и компаний, находящихся на одной территории и в тесных взаимоотношениях. Кластеры включают в себя производителей, поставщиков, потребителей, организации по подготовке специалистов. Таким образом, в кластере достаточно легко начать свое собственное дело, поскольку все необходимое находится рядом. Но не стоит забывать, что кластер также является местом для возникновения инноваций, он становится местом творческой активности.

Куратор программы ЮНЕСКО «Creative Cities» Саймон Эванс определил арт-кластеры как сообщество творчески-ориентированных предпринимателей, которые взаимодействуют на замкнутой территории.

Стоит заметить, что существует и другое определение. «Арт-кластер» – это культурное и бизнес-объединение, расположенное на территории бывшей промышленной зоны, которое объединяет выставочное пространство, шоу-рум, театральную или киноплощадку, аудитории для семинаров, фуд-корты и прочие подобные элементы [1]. Такие кластеры возникают путем развития креативной индустрии и территорий связанных с ней. Также на их возникновение влияет перевоплощение промышленных зон, на которых давно было остановлено производство, в площади, сдаваемые под аренду. Достаточно часто пространством для арт-кластера служат аутентичные культурно-исторические памятники. Вокруг них создается инфраструктура и сервисное коммуникативное пространство.

Исходя из данных определений, можно выделить две разные точки зрения относительно формы данного кластера. Первая – это кластер как

совокупность творческих организаций на замкнутой территории. Вторая – это кластер как реновация для бывших промышленных зон.

Благодаря появлению арт-кластеров развивается внутренний творческий потенциал города, появляются пространства для коммуникаций, места, связанные с различными направлениями творчества и искусства: инсталляций до музыкальных концертов, появляется место, в котором сосредоточена культурная жизнь города.

Стоит рассмотреть существующие арт-кластеры на территории Российской Федерации. Больше всего кластеров данной тематики находится в таких городах, как Москва и Санкт-Петербург. Во времена СССР было построено огромное количество предприятий, которые стали ненужными к нашему времени. Помещения этих сооружений сдаются под аренду для различных офисов или же пустуют, принося огромные убытки для своих владельцев. В этом случае владельцы территории сносят предприятия для постройки жилых комплексов, но власти не всегда разрешают данное действие. Так произошло с заводом «Красный октябрь» в 2007 году. Компания «Гута Девелопмент», которой принадлежала данная территория, стала сдавать помещения в аренду, чтобы получить хоть какую-то прибыль. Творческие личности на бывшем заводе появились благодаря личному знакомству с генеральным директором «Гуты Девелопмент» Антоном Черновым, который предложил им арендовать помещения по очень низким ценам. Таким образом, благодаря сарафанному радио творческих арендаторов стало намного больше, и со временем бывший завод по производству кондитерских изделий «Красный октябрь» стал креативным кластером.

В 2009 году на территории бывшего хрустально-стеклянного завода возник дизайн-завод «Флакон», он стал первым арт-кластером на территории Москвы. В 2007 году завод перешел в собственность компании «Realogic» под руководством российского предпринимателя Николая Матушевского. Дизайн-завод регулярно проводит культурно-развлекательные мероприятия, семинары, воркшопы, лекции от ведущих специалистов в своей области, рассчитанные на самый широкий круг. Стратегически данный проект делится на две составляющие, как говорит управляющий проектом Олег Гончаров. Во-первых, это дизайн-завод «Флакон» как территория бывшего завода по производству стеклянных изделий. Во-вторых, «Флакон» как продюсерская структура, которая инициирует бизнес-процессы в творческих индустриях.

«Винзавод» начал свое существование в 2007 году с проекта кластера на 20 000 квадратных метров бывшего винного завода. Его разработали Софья Троценко и Николай Палажченко. С помощью этого проекта они притянули к себе главные на тот момент галереи Москвы. Позже за галереями притянулись и другие проекты. «Винзавод» каждый год открывает

на своей площадке новые места. Данный кластер отличается от остальных тем, что стать его участником достаточно непросто. Иногда среди претендентов устраивается конкурс. Каждая галерея на «Винзаводе» имеет свой план выставок, свой круг художников и свои принципы работы с посетителями. Однако все это объединяет современное искусство.

Переходя к рассмотрению кластеров, располагающихся в Санкт-Петербурге, стоит упомянуть о лофт-проекте «Этажи». Лофт также является бывшим промышленным пространством, преобразованным для дальнейшего использования после того, как данное пространство потеряло свои первоначальные функции. «Этажи» являются первым лофтом в Санкт-Петербурге. Он возник в 2007 году на пяти этажах промышленного здания бывшего «Смольнинского хлебозавода» и включает в себя галерею современного искусства и выставочные залы, галерею авторской одежды «Backstage», винный бар с динамическими винами «LoftWineBar», хостел и кофейню «Зеленая комната». Лофт-проект «Этажи» сохраняет первоначальную архитектуру хлебозавода, были внесены лишь небольшие изменения: установлена новая мебель, вмонтированы в пол стеклянные окна, на некоторых этажах пространство стало делиться подиумами. На данном пространстве проходят международные проекты в сфере современного искусства, лофт сотрудничает с культурными институтами Германии, Франции, Италии, Испании, Дании, Нидерландов, Великобритании и с их представительствами в России, а также с Комитетом по Внешним связям Санкт-Петербурга.

Мастерские, выставочное пространство, шоу-румы, секонд-хенд, типография, радиостанция, авторский музыкальный магазин, уютный хостел и вегетарианское кафе «Grønland» – все это включает в себя экспериментальная платформа «Тайга». Марк Калинин, Катерина Качавина и Мария Павлихина, создатели проекта, разместили его в старинном особняке в центре Петербурга, который когда-то принадлежал гофинтенданту Петра I Петру Мошкову. На территории особняка регулярно проводятся различные лекции, семинары, концерты, дефиле.

Креативное пространство «Ткачи» является крупнейшим культурным кластером в Санкт-Петербурге. В 2010 году группа компаний «Овентал» начала реконструкцию бывшей прядильно-ткацкой фабрики им. Петра Анисимова с целью создания на ней креативного пространства. На территории кластера находятся магазины и шоу-румы, офисные и лекционные помещения, открытое публичное пространство «Tkachi Open Space». На открытом пространстве кластера проходят художественные выставки, благотворительные акции, детские праздники, концерты, театральные постановки, модные показы, концерты и музыкальные вечеринки, образовательные семинары и мастер-классы, корпоративные мероприятия. Пространство «Ткачи» нацелено на разную аудиторию. Кластер принимает

выставки и экспериментальные проекты современного искусства, которые интересуют в основном эстетов и ценителей искусства. Также уделяется большое внимание социально-благотворительным детским проектам.

Ознакомившись с арт-кластерами Москвы и Санкт-Петербурга можно выделить следующие тренды.

Во-первых, в России к созданию данных пространств стали стремиться с начала 2000-х годов.

Во-вторых, в большинстве случаев они располагаются на территориях бывших промышленных зон. Объяснить это можно тем, что пришедшая в негодность промышленная площадка не подлежит использованию без реконструкции и перепрофилирования, поскольку производства на ней уже нет, а сносить здания под застройку жилыми комплексами могут не разрешить. В таком случае помещения бывших цехов сдается под аренду. Архитектура и интерьер промышленных зон привлекает людей из творческой индустрии, которые размещают здесь свои мастерские, галереи и офисы.

В-третьих, существуют арт-кластеры в культурно-исторических памятниках, к примеру, такие как культурное пространство «Тайга», «Ленинград Центр», арт-центр «Пушкинская 10» и другие. Таким образом, нельзя сказать, что арт-кластер – это творческое пространство, расположенное только на территории бывшей промышленной зоны. Также арт-кластеру не обязательно располагаться в одном здании, к примеру, «Красный октябрь» включает 21 корпус сдаваемых под аренду помещений.

Если рассматривать Екатеринбург на наличие данного пространства, то можно сказать, что в городе нет постоянного арт-кластера. Уральская индустриальная биеннале по своей форме напоминает арт-кластер и может служить примером реализации данного пространства на территории Екатеринбурга. Она проводится с 2010 года. Темой 1-й биеннале стало новое креативное и художественное производство в связи с исторической памятью, укорененной в промышленных площадках Екатеринбурга и Свердловской области. Основной проект 2-й биеннале сконцентрировался на конструктивном измерении искусства, его способности активно осваивать окружающий мир и тем самым создавать что-то новое. 3-я Уральская индустриальная биеннале за основу взяла тему мобилизации как способности к изменению, переходу на качественно иной уровень. Биеннале уникальна не только как мероприятие, но и как связующее звено с бизнес-сообществом, крупными уральскими компаниями Урала. Площадками для биеннале послужили: завод «Уралхиммаш», типография «Уральский рабочий», Свердловский областной краеведческий музей (Музей истории и археологии Урала), клуб «Lynch», сцена «Ever Jazz», фонд «Культурный транзит», «Ural Vision Gallery», Уральский филиал Государственного центра современного искусства, здание гостиницы «Исеть», Ураль-

ский завод транспортного машиностроения (Уралтрансмаш), ЦК «Орджоникидзевский», здание управления завода ОЦМ. Каждый раз биеннале меняет свое месторасположение, но на каком бы расстоянии не находились объекты, они поддерживают общую концепцию проекта, образуя тем самым большой культурный кластер. На площадках размещаются выставки, перформансы, спектакли, встречи, семинары.

Екатеринбург обладает необходимыми площадками для создания в нем арт-кластера. В городе проводится большое количество различных фестивалей, ярмарок, выставок, мероприятия, где могут проявить себя начинающие предприниматели, которые достаточно часто арендуют площади в арт-кластерах. Его появление повысило бы туристическую и культурную активность в городе. Район Уралмаш располагает достаточно большим количеством архитектурных памятников, которые можно оборудовать под арт-площадки. Здание типографии «Уральский рабочий» на данный момент сдаётся в аренду предприятиям общественного питания. Из типографии получится весьма хороший кластер. Также в качестве площадки для кластера стоит рассмотреть Уральский мукомольный завод, на территории которого остались памятники архитектуры – Симановская мельница и небольшая мастерская. Остальные постройки предполагается снести. Завод по обработке цветных металлов, служивший площадкой для специального проекта Уральской индустриальной биеннале в 2006 году был куплен компанией «Ренова-СтройГруп». Компания планировала построить современный деловой центр, но стройка так и не началась, и сейчас помещения завода сдаются под аренду различным офисам. Кроме того, первая площадка завода «Уралмаш» на данный момент находится в законсервированном состоянии.

Подводя итог, можно сказать, что арт-кластеры в России появились относительно недавно, но уже успели распространиться в таких крупных городах, как Санкт-Петербург и Москва. Можно выделить несколько форм существования кластера. Во-первых, арт-кластер как реновация бывшего промышленного объекта. Во-вторых – арт-кластер как совокупность творческих организаций на замкнутой территории. В-третьих – арт-кластер как способ сохранения культурно-исторических объектов. В России актуальнее всего использование бывших промышленных зон для создания креативных площадок, поскольку снос здания иногда невозможен и помещения сдаются в аренду. Также сосредоточить достаточно большое количество культурных организаций на одной территории выгоднее с точки зрения удобства для перемещения посетителей между объектами. Если рассматривать Екатеринбург как город, в котором можно разместить арт-кластер, то можно сказать, что здесь находится несколько площадок, подходящих для данной цели. Арт-кластер служит пространством для коммуникаций, местом, связанным с различными направлениями творчества и

искусства: от инсталляций до музыкальных концертов, появляется место, в котором сосредоточена культурная жизнь города. Благодаря ему развивается внутренний творческий потенциал города, следовательно, он становится более привлекательным для туристов.

Литература

1. Антонова А.А. Арт-кластеры как пространство для развития культурного потенциала / А.А. Антонова // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2015. №47
2. Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика и управление туристской деятельностью : учебное пособие в 2-х частях. Ч. 2./ Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 135 с.
3. Протасова О.Л. Культурологические концепции : методические разработки/О.Л. Протасова– Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 30с.

Д. Р. Зайцева, С. В. Кондратович

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА И ЕЕ РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ КОМПАНИИ «MOUZENIDIS TRAVEL»

Актуальность рассмотрения проблем мотивационных аспектов в современном менеджменте приобретает все большее значение. Создание четко разработанных систем управления трудовой мотивацией сотрудников организации способствует оптимальному использованию имеющегося кадрового потенциала. В статье рассмотрены теоретические основы мотивации, представлены результаты исследований направлений деятельности по мотивации персонала фирмы и оценки состояния мотивации как залога успешной деятельности компании «Mouzenidis Travel», разработаны предложения по совершенствованию деятельности туристской фирмы, связанными с вопросами мотивации персонала как главного фактора эффективной деятельности персонала предприятия на основе собственного практического опыта работы в данной компании.

Ключевые слова: мотивация, система мотивации, управление персоналом, оплата труда, стимулирование труда.

D. R. Zaitseva, S. V. Kondratovich

PECULIARITIES OF PERSONNEL MOTIVATION SYSTEM AND ITS ROLE IN THE MANAGEMENT OF THE COMPANY «MOUZENIDIS TRAVEL»

The relevance of consideration issues of motivation aspects in modern management is becoming increasingly important. Creating well-developed systems of management of